

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA
MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI
PRODUK SMARTPHONE XIAOMI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

MUHAMMAD KHOIRUR RIJAL

B100150186

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi ini dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
PERSEPSI HARGA TERADAP MINAT BELI SMARTPHONE XIAOMI**

OLEH
MUHAMMAD KHOIRUR RIJAL
B 100 150 186

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 03 Agustus 2019

Pembimbing



(Drs. Ma'ruf, M.M.)
NIDN. 0618065901

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. H. Syamsudin, SE, MM)
NIDN. 0017025710

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **MUHAMMAD KHOIRUR RIJAL**
NIM : **B 100 150 186**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA
MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT
BELI SMARTPHONE XIAOMI**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 20 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



(**MUHAMMAD KHOIRUR RIJAL**)

MOTTO

*Jadi Laki-laki Nggak perlu perut Six Pack yang penting Six
Car*

(Muhammad Khoirur Rijal)

*Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak
memanfaatkannya dengan baik, maka ia akan
memanfaatkanmu.*

(Al-Hadits)

PERSEMBAHAN

Sebagai wujud rasa syukur kepada Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat_Nya dan selalu memberikan kemudahan dalam mengerjakan penelitian ini, akan kupersembahkan karya sederhana ini dengan tulus kepada :

- ❖ Kedua orang tuaku, Bapak Dardiri BA dan Ibu Dwi Astuti yang telah membesarkanku dengan sepenuh hati, dan membimbingku dengan penuh kasih sayang, yang selalu memberikan doa restu untuk kesuksesanku serta selalu memberikan dukungan yang tak akan bisa ku balas semuanya.
- ❖ Kakak ku Furry Agustina dan tersayang yang telah mendukungku dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
- ❖ Untuk sahabat-sahabatku (Bayu, Irfan, Dita, Emil, Bagas, Irul, Joko, Lathif, Avi, Ilham, Galang, Refina, Arini, Faisol)
- ❖ Almameterku Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMS

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “ Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan pembelian” Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan *jenis Purposive* yaitu sampling yang merupakan teknik penarikan sampel berdasarkan kriteria tertentu pada responden yang memiliki Smartphone Xiaomi. Berdasarkan metode dan teknik penarikan sampel diperoleh sebanyak 101 responden yang sesuai dengan kriteria. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji ketepatan parameter penduga (uji t), uji ketepatan model (uji F) dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi.

Kata Kunci: Kualitas produk, Citra merek, Persepsi harga, Keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze "The Effect of Product Quality, Brand Image, and Perception of Terhadap Price on Purchase Decisions" The sampling technique used in this study is a non probability sampling with a type of purposive namely sampling which is a sampling technique based on certain criteria on respondents who have smartphones Xiaomi. Based on the method and sampling technique obtained as many as 101 respondents who fit the criteria. The data collection method used is a questionnaire. Data analysis techniques in this study are validity test, reliability test, multiple linear regression test, accuracy test of estimator parameters (t test), accuracy test model (F test) and coefficient of determination (R^2). The results showed that product quality, brand image, and price perception had a positive effect on the purchase decision of Xiaomi Smartphone.

Keywords: *Product quality, brand image, price perception, purchase decision*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE XIAOMI”**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Skripsi ini tidak tersusun tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak dalam bentuk moril maupun materil. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Dr Syamsudin, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, SE, Msi P.hD., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Ma'ruf, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan bijaksana telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Mochammad Nasir, M.M. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama Penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membimbing, mengarahkan dan membantu penulis menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Kedua orangtua (Bapak Dardiri & Ibu Astuti), terimakasih atas doa, nasihat, perhatian, semangat, serta kasih sayang yang besar dan tanpa batas waktu.

7. Kakakku (Furry) yang telah memberikan dukungan serta sebagai sumber semangat.
8. Buat sahabat-sahabat Kelas E terimakasih atas persahabatan dan dukunganya yang saling mendo'akan dan menguatkan.
9. Semua pihak yang membantu sehingga terciptanya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap adanya masukan, kritik maupun saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini juga bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 20 Juli 2019

Penulis

Muhammad Khoirur Rijal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Minat Beli	8
2. Kualitas Produk.....	8
3. Citra Merek	9
4. Persepsi Harga	9
B. Penelitian Terdahulu.....	10
C. Hipotesis	11
D. Kerangka Pemikiran	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
A. Jenis Penelitian	15

B. Penentuan Populasi Dan Sampel.....	15
C. Sumber Data	16
D. Metode Pengambilan Data	16
E. Definisi Operasional Variabel	17
F. Metode Analisis Data	19
BAB IV ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN.....	24
A. Diskripsi Responden.....	24
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	24
2. Karakteristik Berdasarkan Umur	24
B. Metode Analisis Data	25
1. Uji Validitas	25
2. Uji Reliabilitas	27
3. Uji Asumsi Klasik.....	28
4. Analisis Regresi Linier Berganda	30
C. Pembahasan	33
BAB V PENUTUP	35
A. Kesimpulan.....	35
B. Keterbatasan Penelitian dan Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Jenis Kelamin	24
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	25
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	25
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	26
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	26
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	27
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	27
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas	28
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas	29
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas.	29
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	sKerangka Pemikiran.....	14
------------	--------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Kuesioner
Lampiran 3	Hasil Uji Statistik
Lampiran 4	Tabel Uji t
Lampiran 5	Tabel r
Lampiran 6	Tabel F Signifikansi 0,05